



## ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

**ID:** №7498

**НОМИНАЦИЯ:** ПРОДАВЕЦ ГОДА

<b>НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА</b>	Beeline
<b>ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА</b>	Воронеж
<b>КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА</b>	590
<b>ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ</b>	<a href="https://beeline.ru">https://beeline.ru</a>
<b>НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА</b>	Филоненко Владимир Александрович
<b>ИМИДЖ НОМИНАНТА</b>	
<b>ССЫЛКА на Youtube</b>	<a href="https://youtu.be/CMе6sk3MjFQ">https://youtu.be/CMе6sk3MjFQ</a>

## ЭССЕ НОМИНАНТА

### 1. Краткое знакомство, роль, цели и задачи

Меня зовут Владимир Филоненко, мне 32 года, старший специалист по телефонным продажам в Билайн, представляю себя в номинации «Продавец года».

В Компанию я пришёл в 2018 году, а до этого 12,5 лет служил в МВД России на разных должностях. Ушел из органов в звании капитана полиции.

Здесь можно написать, что я решил попробовать «что-то новое», но на самом деле, после 12 лет в МВД любая другая деятельность – это уже что-то НОВОЕ. Поэтому у меня был широкий выбор. И неожиданно для самого себя, он пал на контакт центр.

Зачастую работу оператора считают не престижной, не нужной, не оплачиваемой, работой для студентов или ничего не достигших в жизни людей... В Билайн я быстро разрушил эти стереотипы для себя.

Увидел, что СС – это скорая помощь для клиента по всем вопросам, структура, которая формирует лояльность Клиентов. Теперь я знаю, что впечатление о Компании складывается от качества обслуживания каждого сотрудника.

Мне легко удаётся устанавливать контакт с разными клиентами, живое общение и легкая манера, привели к успеху не только в обслуживании, но и в продажах. Продавая можно экспериментировать, проявляя себя в каждом звонке. Конечно, существуют правила, но рамок нет. И это меня зацепило, я стал развиваться в этом направлении.

В 2019-м году в СС Воронежа появился новый отдел, задачей которого были продажи объединённых услуг Билайн – комплексного использования мобильной связи, услуг домашнего интернета и ТВ. У меня было три причины стать частью этого функционала: понимание важности продаж для компании, желание вносить свой вклад в этот процесс и мои высокие результаты продаж. В новом направлении мне важно показывать и доказывать, что в продажах я не случайно. Мой высокий результат вдохновляет меня к достижению новых побед, об это в видео – «Филоненко Владимир\_Продавец года».

## **2. Положительное влияние на деятельность организации**

На мой взгляд, влиять на Компанию можно по-разному, даже если всегда качественно выполнять работу: исполнять строго по регламенту или осознанно находиться в процессе шаг за шагом, достигая высокий результат. От этого выбора зависит скорость и качество реализации стратегии Компании. Для меня выбор всегда очевиден: каждый день идти вперед, становясь эффективнее, чем был вчера.

Один из фокусов стратегии Билайн – качественный рост абонентской базы. Если жизнь клиента можно изменить к лучшему, наша миссия – сделать это. Для меня это не просто слова, а руководство к действию.

Я помогаю каждому клиенту найти лучшие продукты и услуги в мобильной связи, домашнем интернете и цифровом телевидении.

За первое полугодие 2020 год я нашёл и продал лучшие решения для 400 клиентов, перед которыми открылись новые возможности «Билайн».

Это 400 клиентов, которые теперь не считают минуты во время самых важных разговоров и уверены, что их близкие всегда будут на связи, знают, что в любое время могут сами управлять своим договором и забыли, что такое платить за домашний интернет и телевидение. Это 400 клиентов, которые проводят вечера с близкими за просмотром любимых программ, фильмов или сериалов, знают, что бесплатный сервис высокого качества существует и которые готовы специально позвонить в СС Билайн, чтобы оставить благодарность за обслуживание!

И знаете, что?! На сегодняшний день я увеличил абонентскую базу компании уже более, чем на 500 счастливых клиентов!

Мне абсолютно ясно, что реализация стратегии компании – это не «сухая» статистика, это возможность менять жизнь клиентов к лучшему. Осознание этого откликается во мне и определяет мой выбор: участвовать в создании клиентоориентированной, открытой компании с набором качественных услуг, тем самым влиять на имидж Билайн.

### 3. Операционная эффективность

Достижение 100%-ого результата по всем показателям – это безоговорочная норма, и я не представляю, как можно работать иначе!

Работая на первой линии обслуживания, среди всех выполняемых показателей с особым интересом я относился к продажам. Мои инструменты в работе, тактики и достижения в этом направлении позволили мне сначала войти в ТОП-100 лучших продавцов Распределенного контактного центра, а затем и занять лидирующие позиции в нем.

Успехи в продажах на входящей линии побудили меня к участию в запуске нового отдела телефонных продаж. Работа в новом направлении позволила мне развиваться и приобретать навыки продаж, экспериментировать (да, и сейчас продолжаю это делать) с различными подходами в диалогах. Вовлеченность в рабочий процесс привела меня и в телепродажах к лидирующей позиции! Результаты I полугодия представлены на слайде «Операционные достижения».

Не могу сказать, что не было сложностей, потребовалось и пересматривать формат диалога с клиентом, когда ты сам инициатор звонка, и устанавливать взаимодействие со смежными подразделениями. Но это только подогревало мой азарт: я продолжал работать над совершенствованием своих диалогов, искал новые инструменты продаж, участвовал в создании новых процедур.

Для меня важно видеть свой результат, осознавать важность для компании функционала, которым я занимаюсь, получать признание коллег. Мощная личная мотивация привела меня за пару месяцев к устойчивым лидерским позициям. И дальше оставалось дело за моими амбициями: делать лучше себя самого каждый день!

Результаты моей работы отражены не только в цифрах, но и в корпоративных наградах (наглядно они представлены на слайде «Корпоративные награды»):

- «За лучшие результаты по итогам II полугодия 2019 года» от начальника отдела.
- Благодарность от руководителя ЦПК за II полугодие 2019 года за лучшие результаты по функции
- «Лучшие результаты продаж по всем направлениям за I квартал 2020 года» от начальника отдела
- Победитель в индивидуальной номинации внутреннего конкурса компании «Лучший в профессии» за II квартал 2020 среди сотрудников телефонных продаж
- Победитель в индивидуальной номинации «Лучший сотрудник месяца» внутреннего конкурса «Лучший в профессии» за Апрель, Июль 2020 среди сотрудников телефонных продаж

А также я неоднократно выигрывал в конкурсах:

- Победитель в конкурсе «Измени настроение клиента» - за позитивный звонок
- Победитель конкурса «Весенний драйв» за наибольшее количество совершенных продаж
- Наибольшее количество продаж в октябре 2020 года

Меня заряжает работа в атмосфере здоровой конкуренции со своими коллегами по отделу и в

других городах. Помогает оставаться в тоне понимание, что мои достижения влияют на конечный результат группы, отдела.

Честная борьба за лидерство, регулярный вызов самому себе на достижение лучшего результата ежедневно, постановка целей выше из месяца в месяц – это то, что меня драйвит и ведет вперед!

#### **4. Инновации и креативность**

Свою работу с продажами на линии обслуживания на начальном этапе я строил в соответствии с принятыми канонами, так как они содержат четкую структуру и обязательные требования. На обучении меня познакомили с базовыми принципами и этапами продаж: установка контакта, презентация предложения, выявление потребностей, работа с возражениями, завершение сделки. Но уже тогда я начал замечать, что шаблонные продажи не всегда приносят результат. Вместе с тем, на линии обслуживания наиболее успешные и яркие консультации происходили в тот момент, когда мне удавалось расположить к себе Клиента - не только предложить ему решение, но и понять, поддержать, расположить к себе через «живое» общение.

Тогда почему же в продажах нужно действовать иначе?!

Я начал применять навыки «живого» общения, искать приёмы, чтобы заинтересовать клиента продуктами Билайн, поставил перед собой задачу совместить «верность» процедурам и сохранить свой уникальный стиль общения с клиентом.

Нестандартный подход, яркое приветствие, чувство юмора и «вкусная» презентация работали с БОльшим успехом, чем заученные шаблоны. Это сработало - результаты моих продаж становились лучше с каждым днем!

Да и мне самому стало комфортнее продавать!

В работе с клиентом я отошел от нудного, монотонного зачитывания скрипта и строгих «рамочек». Благодаря этому я стал для клиента не продавцом, а приятелем, с которым можно легко вести беседы на многие темы.

Так мне удастся расположить клиента к доверительному, открытому диалогу. Казалось бы, такая простая истина, но в современных продажах ее нечасто встретишь, ведь намного проще следовать закрепленным инструкциям.

Мои продажи никогда не ограничены только заключением сделки, я готов ответить на вопросы по всем услугам компании, получить обратную связь по продуктам Билайн от каждого клиента и при необходимости передать полученную информацию в смежные подразделения. Мне ясно, что такой подход приносит долгосрочное и обоюдовыгодное сотрудничество, сближает клиента и компанию.

Я убеждён, что комфортное общения с клиентом зависит не только от манеры ведения диалога, но и от гибкого подхода к выбору пространства для коммуникаций. С моими клиентами я не только разговариваю по телефону, но общаюсь в мессенджерах и даже социальных сетях. Клиент сам выбирает удобный для него способ связи и так мои контакты остаются у него. Тем самым я расширяю СВОЮ личную клиентскую базу. Положительное впечатление, легкость и доступность общения становятся моей визитной карточкой, которой делятся мои уже состоявшиеся клиенты со своими друзьями, знакомым, коллегам и родственникам.

Сейчас многие компании стремятся удивить клиента различными инновациями в сфере цифровых технологий, выпускают продукты для улучшения качества жизни. В этом процессе важно помнить, что покупатель – это совсем не обезличенный клиент!

Я всегда разговариваю с ЧЕЛОВЕКОМ, слышу его, изучаю его потребности и предоставляю лучшее решение именно для него. Одна из моих задач - продемонстрировать современному покупателю, что существует индивидуальный подход к клиенту и продажа может быть выгодной для обеих сторон. Это и есть двигатель моего успеха.

## 5. Клиентоориентированность

Работа с клиентом – это не просто верные действия и понятные слова, это еще и приятное послевкусие по завершению диалога. Именно такими принципами я руководствуюсь во взаимодействии с каждым Клиентом!

Работая на первой линии обслуживания, вместо шаблонных фраз я использовал «живые» обороты и слова (не волнуйтесь, цензурные), приводил бытовые примеры из повседневной жизни, нередко шутил с Клиентами. Это нас и сближало, Клиент всегда знал, что на том конце провода работает реальный человек!

Работая в продажах, я использую тот же подход к каждому Клиенту. На этом функционале, как нигде, самое главное – найти с Клиентом точки соприкосновения, ему должно стать интересно слушать звонящего и рассказывать о себе в ответ. Именно поэтому я никогда не работаю по скрипту! У меня, конечно, есть выстроенная структура диалога, но ШАБЛОНОВ НЕТ: я не читаю текст с бумажки и не «бубню» заученные фразы. Каждый контакт для меня уникален, работа с возражениями индивидуальна с акцентом на потребностях конкретного Клиента.

Самое важное на первых секундах диалога – это установка контакта. Второго шанса может и не быть, поэтому есть ЗДЕСЬ И СЕЙЧАС, чтобы стать на несколько минут для Клиента приятелем, и только потом переходить к продаже.

Как я действую?! Часто в бешеном ритме многие откладывают на потом несрочные вопросы, например, пересмотреть привычные услуги и продукты, которыми пользуются, сопоставить с новыми возможностями, сделать выбор. И тут в момент, когда надо принять решение, появляюсь я, помогая каждому в их выборе! Выясняю ВСЕ потребности клиентов по набору услуг и решаю технические вопросы (помогает опыт 1-й линии обслуживания). И только после оказанной поддержки, когда клиенты почувствовали себя в безопасности, я рассказываю им о цели своего звонка – предложить то, с чем они были ранее не знакомы, или слышали, но не стали разбираться. Конечно, это не универсальный инструмент продажи, который гарантирует её успех, ведь и работа с возражениями – сопутствующая часть практически любой сделки. В продажах нужно быть гибким (к слову, именно это у меня получилось не сразу). Далеко не всегда получается убедить клиента теми аргументами, которые используют все продавцы мира, написаны во всех учебниках или транслируются на youtube. Важно каждый раз искать что-то новое, индивидуальное для данного клиента. Иначе, кому нужен продукт, который не принесет удовольствие и в котором нет необходимости?! Клиенту – точно нет, Компании – знаю, что нет: так не получится построить и долгосрочное сотрудничество.

Случается, и такое, что продажа не состоялась. Скажу честно, это может сбить с нужного настрой, порой огорчить. При этом я точно понимаю, что моя задача – сделать удобное и комфортное предложение для клиента, но на этот раз оно для него просто не актуально, или я не нашел подходящего аргумента. Найду позже... Пополню свой арсенал, и в следующий раз буду готов к подобной продаже с новыми аргументами, и тогда уж она точно состоится!

Всегда ли успешный диалог должен завершиться продажей? Нет, ведь бывают ситуации, когда я понимаю, что параметры и условия по текущему тарифу для клиента более удобные, чем мое

предложение, и тогда больше не настаиваю. В таком диалоге важен эффект: проявленная эмпатия и приятное впечатление, которые останутся от контакта с представителем Билайн. И это уже движение к идеальному диалогу с клиентом, когда услышав фразу «Здравствуйте, это Билайн!», клиенты будут испытывать ТОЛЬКО позитивные эмоции, радость от предвкушения, что сейчас разберемся, поможем, поймём и расскажем что-то новое, классное предложим :).

## 6. Вовлеченность

Мне всегда была понятна значимость продаж для любой компании: без расширения клиентской базы, без анализа потребностей пользователей и информирования о новых услугах и возможностях можно уступить конкурентам на рынке услуг.

Поэтому мне было важно развиваться в этой области, внося свой вклад в достижение целей компании.

Я стоял у истоков отдела телефонных продаж и был в числе тех, кто выстраивал алгоритмы продаж и принципы работы в новом отделе. Мои экспертиза и опыт помогли в создании процедур, на основании которых начали работать телефонные продавцы всего распределенного контактного центра. Сейчас я регулярно помогаю в создании новых тренингов для продавцов, активно разрабатываю сценарии для практических занятий, организую и участвую в фокус-группах по обмену опытом между сотрудниками разных направлений продаж.

При этом недостаточно выстроить процессы для имеющихся сотрудников, важно создать систему, позволяющую учить и адаптировать новых сотрудников, чтобы они выходили максимально подготовленными после начального обучения. Я регулярно с кураторами начального обучения и тренерами занимаюсь разработкой программ для новых сотрудников, лично участвую в обучении в качестве суфлёра и наставника, делюсь своим опытом и оказываю поддержку. Ведь для новичков важны не только теоретические знания, для них огромную роль играет практика, во время которой они применяют полученный материал. Я вижу и понимаю ценность своевременного совета, подсказки в решении вопроса и создании дружеской атмосферы для нового сотрудника. Всё это в совокупности положительно влияет на адаптацию новичков, они смелее приступают к работе, быстрее начинают показывать целевой результат. Мне важно, чтобы вновь пришедшие ребята чувствовали себя частью нашей большой и дружной команды!

Вместе с тем, есть у меня стремление и желание, сделать так, чтобы группа, в которой я работаю, всегда достигала наивысшие результаты во всем РКЦ. С энтузиазмом поддерживаю каждого сотрудника в своей группе, понимая, насколько важен личный результат в достижении общей цели: всегда готов поделиться с коллегами своими мыслями, идеями, опытом и инструментами. Для меня командная работа - одна из главных составляющих моего успеха. Коллеги могут сталкиваться с непростыми ситуациями в процессе продажи. В такие моменты я подключаю свой опыт и экспертизу, помогаю разобраться, порой звоню сам клиенту, чтобы вместе продажу довести до успешного финала. В нашей группе налажен процесс взаимной помощи в период отсутствия: сопровождаем продажи друг друга до завершения, никогда не оставляем клиента, если была достигнута договорённость о следующем контакте. Я инициировал эту практику, ее эффективность подтверждается высочайшими результатами группы. Да-а-а, мой азарт в работе «заражает» окружающих и поддерживает соревновательное настроение внутри группы и всего отдела.

Я не останавливаюсь и продолжаю осваивать новые для себя рубежи как в своем личном развитии, так и в бизнес-процессах компании.

Моё ответственное отношение к работе и глубокое погружение во внутренние процессы совсем недавно открыли передо мной новую возможность – замещение руководителя группы.

Мой руководитель уверен во мне, для меня это важное признание моих заслуг и вовлеченности!

## 7. Лучшие практики в индустрии

В России телефонные продажи существуют порядка 20 лет и продолжают стремительно развиваться. На основе опыта западных стран началось построение телефонных продаж и у нас с учетом региональных особенностей, ментальности и готовности населения к такому взаимодействию. Адаптация практик западных стран происходила и происходит поэтапно, с определением работающих инструментов для российского рынка.

Среди различных методик популярна классификация клиентов по типам: темперамента, поведенческих привычек, потребностей. В соответствии с каждым типом существуют стратегии подачи информации, расставляются акценты на особенностях продукта и тактиках его популяризации. Мне такой подход близок, его и использую в работе.

Я понимаю, насколько важно классифицировать клиента в начале диалога, чтобы выстроить дальнейшую коммуникацию и быть готовым к эффективному взаимодействию. Поэтому я не работаю по скриптам, а предпочитаю уверенно вести разговор в свободной форме, находя индивидуальный подход к каждому клиенту! При этом моя продажа не лишена основных этапов, я лишь освобождён от строгой последовательности: установка контакта, выявление потребностей, презентация, работа с возражениями, завершение сделки. Гибкий подход и понимание ценности каждого этапа позволяют мне свободно жонглировать ими в зависимости от ситуации, выстраивая «живой» диалог.

Конечно же, важно подходить индивидуально и к пространству, в котором клиенту удобно общаться. Для создания комфортного общения я активно использую мессенджеры, что позволяет мне оставаться на связи всегда, укрепляя доверительную атмосферу.

Осознание уникальности каждого клиента, умноженное на заинтересованность и дружелюбие продавца, приносят мне не только высокие результаты, но и чувство полного самодовольствия от каждого прожитого дня!

## 8. Итоги

Несмотря на то, что 2020-й год был непростым и для всего населения, и для мирового бизнеса, в тоже время в этом году удалось многое реализовать, преодолеть ряд ограничений и открыть новые возможности для реализации личных и бизнес-процессов.

Я участвовал в запуске и становлении функционала телефонных продаж, передавал свой опыт и навыки новым и действующим сотрудникам, что, в свою очередь, влияло и на выполнение целей компании – качественное расширение клиентской базы, повышение лояльности клиентов и сокращение оттока.

Для достижения высоких результатов в направлении телефонных продаж я выработал и успешно внедрил в повседневную работу свой стиль продаж, который не только приводит к выполнению операционных и стратегических целей, но и позволяет достичь обоюдного комфорта в диалоге с клиентом. Благодаря усердной работе, постоянному развитию и бесконечному совершенствованию, я вхожу в ТОП-3 продавцов в РКЦ и неоднократно отмечен наградами за лучшие результаты по функции.

Я влияю на клиентов своим отношением к ним, никогда не отказываю в помощи! Моя цель - создать атмосферу доверия для клиента и оптимизировать их услуги именно так, как будет удобно каждому из них! Я сопровождаю свои сделки от первого контакта и до завершения, и даже далее, если у клиента возникли вопросы. Я предоставляю только качественную помощь, консультацию и продукты, ориентируясь на потребности клиентов, и полностью несу ответственность за свою работу, абсолютно спокойно делюсь своими контактами, чтобы каждый клиент Билайн мог чувствовать поддержку и быть уверенным в нашей компании.

Для меня победа в номинации «Продавец года» станет наивысшим признанием моей деятельности, новым стимулом двигаться дальше, совершенствоваться и поднимать продажи на еще более качественный уровень!

---

## ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

<b>ФАМИЛИЯ</b>	Филоненко
<b>ИМЯ ОТЧЕСТВО</b>	Владимир Александрович
<b>ДОЛЖНОСТЬ</b>	Старший специалист по телефонным продажам